

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang profil dan sejarah tempat penulis bekerja sebagai *graphic designer intern* di sebuah *creative agency*, yaitu HenShu Studio. HenShu Studio didirikan pada tahun 2019 oleh Gracia Caroline Ignatius dan Carmelia Veanne yang bertempat di Jakarta dan Surabaya. Studio ini sendiri memiliki 4 macam layanan, yang terdiri dari HenShu Motion, HenShu Design, HenShu Photo, dan HenShu Momments.

2.1.1 Profil Perusahaan

HenShu Studio merupakan *creative agency* yang memiliki fokus untuk membantu mendukung pertumbuhan *brand/usaha* kecil hingga menengah dalam memaksimalkan potensi mereka, lewat strategi dan desain yang unik (HenShu, 2021). Selain itu, studio ini juga membantu menciptakan identitas unik dari sebuah *brand* lewat penyampaian pesan yang menarik, serta berusaha menggambarkannya agar dapat tampil menonjol dan berbeda dibanding *brand* lain. Untuk mencapai hal tersebut, HenShu Studio selalu berusaha memberikan pelayanan profesional, memiliki tim yang kreatif, terus ingin berkembang, dan menjalin hubungan yang kuat dengan *brand partner*.

Logo Henshu terdiri dari gabungan *logo icon* yang membentuk huruf ‘h’ dan ‘s’, serta *logotype* yang bertuliskan ‘HenShu Studio’. HenShu sendiri diambil dari bahasa Jepang yaitu ‘henshuu’ yang dimana memiliki arti *editing*. Nama tersebut ditetapkan untuk menggambarkan sejarah dari awal mula Henshu Studio, yang berawal dari layanan *editing* foto. *Logo Icon* dibuat menyerupai bentuk huruf ‘h’ dan ‘s’, untuk menggambarkan nama awal dari HenShu. Selain itu, *logo icon* dibuat menyerupai ekspresi tersenyum untuk menggambarkan rasa gembira dan bahagia yang ingin diberikan HenShu kepada *client*, melalui layanan terbaiknya.



Gambar 2.1 Logo HenShu Studio
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Studio ini sendiri memiliki 4 divisi berbeda untuk mewakili pelayanan yang dibutuhkan sebuah *brand*, mencakup Henshu Photo, HenShu Design, HenShu Motion, dan Henshu Momments. Layanan-layanan tersebut meliputi pembuatan identitas visual, desain logo, *packaging*, manajemen *social media*, *website*, *motion graphic*, 2D dan 3D, *illustration*, *wedding animation*, hingga keperluan desain lain seperti media cetak.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

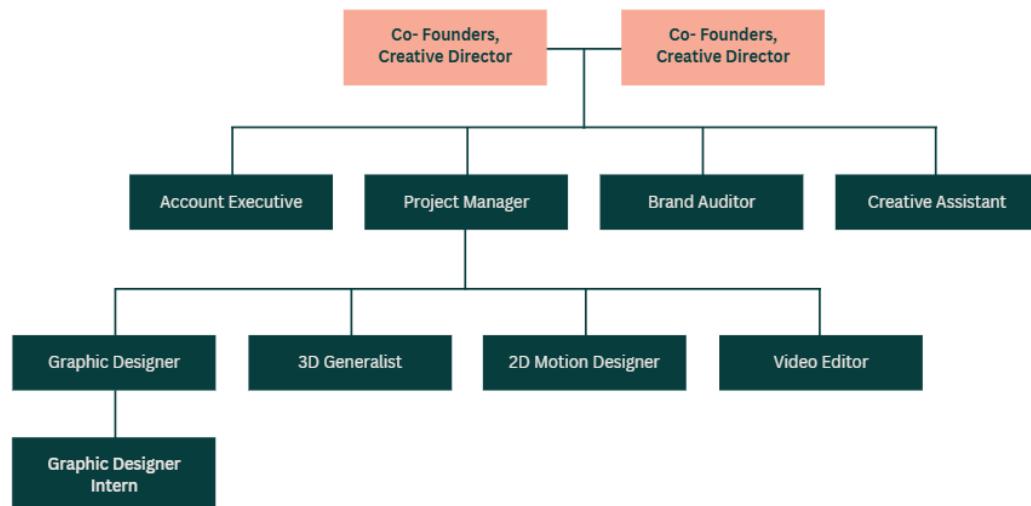
HenShu Studio didirikan oleh dua orang visioner muda bernama Gracia Caroline Ignatius dan Carmelia Veanne (HenShu, 2021). Studio ini sudah berdiri sejak tahun 2019, dimana awalnya hanya menyediakan pelayanan *editing* foto saja, seperti *photobomb removal*, *background replacement*, serta *photo filter*. Namun, dengan kesiapan *co-founders* untuk memberikan ide-ide baru dan mendorong batasan kreatif kepada *brand partner*, studio ini pun mulai menambah cakupan layanan desainnya karena melihat adanya peningkatan permintaan desain visual.

Dari permintaan itu, HenShu Design pun diperkenalkan untuk memberikan pelayanan tersebut pada tahun 2020. Melihat adanya peningkatan jangkauan *client* dari layanan yang diberikan oleh HenShu Design, studio ini pun mulai merambah ke jasa pelayanan lain yaitu HenShu Motion pada tahun 2023. HenShu Motion sendiri memiliki fokus

memberikan pelayanan seperti 2D dan 3D *motion video* guna menyampaikan pesan yang lebih menarik kepada *client* atau *brand partner*. Pada tahun 2024, studio ini juga menambah pelayanan lain yang bernama Henshu Momments, dimana menawarkan pelayanan pembuatan *wedding animation* kepada *client* yang ingin mengabadikan *moment* kebersamaan mereka.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Henshu Studio memiliki struktur organisasi yang menangani proyek-proyek desain dari *client*. Proyek-proyek tersebut disesuaikan dengan bidang dari peran masing-masing anggota di setiap divisi. Secara keseluruhan, struktur organisasi pada studio ini terdiri dari divisi HenShu Design, HenShu Motion, HenShu Photo, dan HenShu Momments. Walaupun terdiri dari banyak divisi, struktur organisasi dirancang sedemikian rupa agar seluruh anggota tim dapat bekerja secara kolaboratif menangani proyek desain dari *client* secara terstruktur. Berikut merupakan struktur organisasinya:



Tabel 2.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan HenShu Studio
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Di dalam struktur organisasi tersebut, terdapat dua orang *Co-Founder* yang sekaligus berperan sebagai *Creative Director* untuk memastikan dan mengawasi setiap aktivitas yang dilakukan setiap anggota agar dapat berjalan secara efisien. *Creative Director* juga berperan sebagai pengarah *Account Executive*, *Project*

Manager, *Brand Auditor*, serta *Creative Assistant* dalam menjalani perannya. Selain itu, *Creative Director* juga berperan dalam membantu berkomunikasi dengan *client* untuk memastikan segala kebutuhan dapat terpenuhi dan sesuai standar yang ditetapkan oleh HenShu Studio.

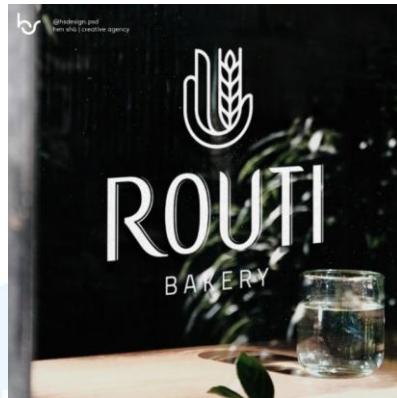
Tim kreatif yang terdiri dari *Graphic Designer*, *3D Generalist*, *2D Motion Designer*, dan *Video Editor* disini bertanggung jawab dalam mengerjakan *brief* desain yang diberikan oleh *Project Manager*. Hal tersebut dikarenakan *Project Manager* bertugas dalam merencanakan sekaligus memberikan segala bentuk proyek desain kepada tim kreatif untuk dikerjakan. *Project Manager* jugalah yang mengelola proyek dan juga timeline agar dapat selesai pada waktunya. Sebagai seorang *Graphic Designer Intern*, penulis diberi tanggung jawab untuk membantu peran *Graphic Designer* dalam mengerjakan *brief* yang ada, serta memastikan proyek yang dikerjakan selesai tepat pada waktunya.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai *creative agency* yang berkembang, Henshu sudah bekerja sama dengan banyak *client* selama bertahun-tahun. Dengan kesiapan dan antusiasme untuk membantu setiap brand menghadapi tantangan, studio ini sudah dipercaya oleh *brand* kecil hingga *brand* besar, perusahaan rintisan, hingga perusahaan multinasional (HenShu, 2021). Beberapa bentuk bisnis yang sudah bekerja sama dengan studio ini seperti *food and beverages*, *fashion and beauty*, *product and lifestyle*, *kids and baby*, *corporate*, *education*, hingga *pet product* (HenShu, 2021). Berikut merupakan beberapa *portfolio* perusahaan atau klien yang sudah bekerja sama dengan Henshu Studio.

2.3.1 Identitas Visual Routi Bakery

Pada bagian *food* dan *beverages*, salah satu *client* yang sudah menjalin kerja sama dengan Henshu adalah Routi Bakery. Routi Bakery merupakan sebuah *brand* yang berfokus menjual roti tradisional dengan menggunakan sedikit kesan *modern*. Toko ini sendiri menjual beragam kue kering, seperti roti kubus, *crackers*, *roll cake*, dan lain-lain.



Gambar 2.2 Logo Routi Bakery
Sumber: <https://henshu.studio/routi-bakery/>

Routi Bakery ingin diposisikan sebagai *brand*, yang menghadirkan kesan kehangatan dan klasik dengan sentuhan *modern* pada toko rotinya. Dalam kerja samanya ini, HenShu bertanggung jawab dalam merancang *strategy brand* dan desain visual lainnya untuk mendukung identitas dari Routi Bakery. Untuk membantu menghadirkan hal tersebut, *logotype* ‘Routi’ sendiri dibuat demikian untuk menciptakan kesan klasik dan *modern*. Logo *icon* juga dibuat menyerupai gandum untuk menekankan bahan yang digunakan pada produk roti dan kue pada toko.



Gambar 2.3 Tagline Routi Bakery
Sumber: <https://henshu.studio/routi-bakery/>

Untuk melengkapi identitas visual tersebut, *tagline* “Roti Untuk Kita” digunakan untuk menggambarkan semangat, cinta, dan kegembiraan yang didapatkan ketika menikmati makanan bersama orang tercinta. Tidak hanya sekadar slogan, *tagline* ini juga dibuat untuk mencerminkan hal-hal seperti kasih sayang, perhatian, kehangatan, dan juga momen berharga yang dapat

dihabiskan bersama lewat sepotong roti yang dimakan bersama. Portofolio Routi Bakery termasuk ke dalam pilar DKV yaitu identitas karena perancangan bertujuan membentuk identitas visual *brand* melalui makna dan citra yang ingin ditunjukkan dalam strategi *brand*, logo, dan *tagline*.

2.3.2 Identitas Visual Mantappu Corp

Pada bidang korporat, salah satu perusahaan yang sudah menjalin kerja sama dengan HenShu adalah Mantappu Corp. Perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan yang berfokus didalam manajemen *talent* populer dari Indonesia hingga *international*, seperti Jerome Polin, Leonardo Edwin, Hansol Jang, Naomi, Otsuka, dan lain-lain. Perusahaan ini hadir untuk dapat menjadi penghubung antara *content creator* dengan suatu *brand*, untuk membantu dalam mendorong pertumbuhan *brand* atau agensi. Dengan usaha yang sudah dilakukan oleh Jehian Panangian Sijabat dan Jerome Polin dalam membangun Mantappu Corp sejak tahun 2018, mereka memiliki harapan untuk dapat menghadirkan KOL berkualitas sebagai solusi pemasaran *digital* (HenShu, 2021).



Gambar 2.4 Logo Perusahaan Mantappu Corp
Sumber: <https://henshu.studio/mantappu/>

Dalam kerja sama yang dijalannya, Henshu Studio berperan dalam pembuatan identitas visual dari Mantappu Corp. Identitas visual tersebut mencakup pembuatan logo dan *brand guideline*. Logo *Icon* dipresentasikan dari huruf ‘M’ dan ‘C’ yang diambil dari nama Mantappu Corp itu sendiri. Penggunaan lingkaran merah pada logo juga dipakai untuk mempresentasikan

bendera Jepang. Selain identitas visual, *stationary kits* juga dibuat oleh Henshu Studio untuk menguatkan *identitas brand* perusahaan. *Kits* tersebut mencakup *Power Point Template*, *letterhead*, *invoice*, *lanyard*, dan lain-lain (HenShu, 2021). Portofolio dari Mantappi Corp termasuk ke dalam pilar DKV yaitu identitas, karena memiliki fokus membentuk identitas visual perusahaan. Perancangan ini bertujuan agar perusahaan dapat dikenal melalui penerapan visual logo, gaya visual, warna, *font*, dan *stationary kits* yang disesuaikan dengan citra yang ingin ditunjukkan perusahaan.

2.3.3 Rebranding identitas Visual Yixi Mandarin

Yixi merupakan tempat pembelajaran bahasa Mandarin yang berawal dari sebuah *channel* edukasi bahasa Mandarin, sejak tahun 2023. Tidak hanya itu, Yixi juga awalnya termasuk sebagai channel yang juga memberikan edukasi tentang kebudayaan dari negara Tiongkok. Yixi merupakan salah satu *client* yang bekerja sama dengan HenShu pada bidang edukasi. Tujuan didirikannya Yixi ini agar dapat mengaplikasikan bahasa Mandarin dalam kehidupan sehari-hari, lewat pembelajaran bahasa Mandarin dengan pendekatan yang *modern*.



Gambar 2.5 Logo Dari Rebranding Yixi
Sumber: https://www.instagram.com/p/C_xvLWshmk1

Dalam kerja samanya dengan Yixi, HenShu Studio berperan dalam pembuatan *rebranding*. (HenShu, 2024). *Rebranding* ini dibuat agar *brand* dari Yixi sendiri dapat mempresentasikan channel mereka sebagai tempat pembelajaran yang menyenangkan untuk anak. Dari keinginan tersebut,

HenShu pun membuat desainnya dengan menggunakan warna-warna yang cerah, konten visual yang menarik, dan konten interaktif. Konten tersebut dibuat agar aktivitas pembelajaran yang diberikan dapat memicu rasa gembira dan kesenangan ketika belajar bahasa Mandarin (HenShu, 2024).



Gambar 2.6 Maskot Yixi
Sumber: https://www.instagram.com/p/C_xvLWshmk1

Selain itu, HenShu juga berperan dalam merancang ulang maskot Yixi Mandarin. Maskot dirancang dengan menggunakan karakter yang lucu untuk mendukung kesan menyenangkan dan menarik bagi anak-anak ketika belajar. Portofolio dari Yixi Mandarin termasuk termasuk ke dalam pilar DKV identitas, karena perancangan yang dilakukan berfungsi sebagai identitas visual Yixi Mandarin sebagai tempat pembelajaran yang ditujukan untuk anak-anak. Hal tersebut dapat dilihat dari elemen visual yang memiliki kesan gembira dan lucu, sehingga membantu dalam mendukung Yixi sebagai tempat belajar yang cocok untuk anak.

2.3.4 Identitas Visual Mavisha Baby

Pada bidang *kids* dan *baby*, salah satu *brand* yang sudah bekerja sama dengan HenShu adalah Mavisha Baby. Mavisha Baby merupakan *brand* yang memproduksi dan menjual produk perawatan bagi kulit bagi seorang bayi. *Brand* ini sendiri hadir untuk membantu merawat kulit bayi yang sensitif dengan kandungan yang lembut dari produknya. Kandungan pada produknya

menggunakan bahan-bahan alami sehingga bebas dari bahan kimia dan dapat memberikan solusi yang tepat untuk kesehatan dan perawatan kulit bayi.



Gambar 2.7 Logo Mavisha Baby
Sumber: <https://www.instagram.com/p/DIOB89sBLQN>

Dalam kerja samanya ini, HenShu bertanggung jawab dalam merancang sebuah identitas visual (HenShu, 2025). Untuk menghadirkan hal tersebut, logo dirancang menggunakan warna pastel untuk mempresentasikan kasih sayang, kehangatan, serta *font* yang terkesan lembut dari produk Mavisha Baby. Identitas visual dibuat supaya dapat meyakinkan para orang tua, yang ingin memilih perawatan yang paling lembut untuk kulit buah hati mereka.



Gambar 2.8 Maskot Mavisha Baby
Sumber: <https://www.instagram.com/p/DIOB89sBLQN>

Selain merancang sebuah logo, HenShu juga berperan dalam merancang identitas lain berupa maskot. Maskot pun dibuat dengan menggunakan karakter yang lucu untuk mencerminkan kesan kelembutan dan kehangatan, agar sesuai dengan identitas yang ingin dihadirkan oleh Mavisha Baby.

2.3.5 Desain Produk Mavisha Baby

Tidak hanya berperan dalam merancang identitas visual Mavisha Baby, HenShu juga bertanggung jawab dalam membuat desain dari perawatan produk kulit bayi mereka. Desain kemasan produk yang dibuat terdiri dari *Gentle Bubbling Tap to Toe*, *Fall into Dreams Moisturize Massage Oil*, dan juga *Skin Conditioning Multipurpose Cream*. Desain dibuat dengan menggunakan berbagai pose dari maskot, serta warna pastel yang digunakan pada perancangan sebelumnya. Hal ini bertujuan agar menciptakan keselarasan antara identitas *brand* dan produk yang dihadirkan.



Gambar 2.9 Desain Produk Mavisha Baby
Sumber: <https://www.instagram.com/p/DIQLSULhAzs>

Penggunaan warna pada desain berfungsi untuk mencerminkan manfaat dari setiap varian. *Gentle Bubbling Top to Toe* menggunakan warna biru pastel untuk menggambarkan manfaat kelembapan kulit, *Fall into Dreams Moisturize* untuk menggambarkan kandungan alami tumbuhan dari warna hijau pastel, serta *Skin Conditioning* menggunakan warna oren pastel untuk menghidrasi, mencegah, dan merawat *skin barrier* kulit bayi (HenShu, 2025). Portofolio Mavisha Baby termasuk ke dalam pilar DKV yaitu identitas, karena perancangan bertujuan untuk membentuk identitas visual melalui representasi kelembutan yang ingin ditunjukkan pada produk bayi.